

2016-2022年中国教育与培 训市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2016-2022年中国教育与培训市场深度调研与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/qitawenjiao1511/501285C1IH.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-11-23

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2016-2022年中国教育与培训市场深度调研与投资前景研究报告》共十一章。报告介绍了教育与培训行业相关概述、中国教育与培训产业运行环境、分析了中国教育与培训行业的现状、中国教育与培训行业竞争格局、对中国教育与培训行业做了重点企业经营状况分析及中国教育与培训产业发展前景与投资预测。您若想对教育与培训产业有个系统的了解或者想投资教育与培训行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

当前中国培训业正进入快速发展时期，各类培训机构呈爆发性增长。截至2012年底，培训业潜在市场规模高达5000亿元人民币。中国各类培训机构已达数百万家，英语、IT、少儿教育成为培训产业的三大支柱。教育培训各类细分市场，包括从幼儿园早期教育到高等教育、职业教育、各类校外培训、教育技术行业等市场都在以20%左右的速度快速增长。

虽然近年来高层次的培训有了很大发展，但目前中国培训市场上，中、低层次的培训仍然是主流。中国每年有将近1亿人参加各式各样的培训，其中近80%的人参加的仍是工作技能等方面的中、低层次培训。每年有将近1000万人参加会计、烹调、美容美发等方面的培训。中国培训业正在走向建设品牌的道路。培训市场经过多年来的发展，“实力”、“规范”正成为市场淘汰法则的新标准。随着越来越多的中小培训机构被淘汰出局，培训机构出现了“集中化”“巨头化”的趋势。

报告目录：

第一章 中国教育培训行业概述及中国教育状况分析 13

第一节 教育培训行业定义及范围界定 13

一、行业界定及分类 13

二、行业产业链分析 13

第二节 中国教育培训行业发展历史回顾 15

第三节 2012-2015年中国教育发展状况分析 16

一、义务教育 16

二、学前教育与特殊教育 19

三、高中阶段教育 20

四、高等教育 23

五、成人培训与扫盲教育 25

六、民办教育 27

第二章 2012-2015年中国培训行业发展宏观环境分析 31

第一节 2012-2015年中国培训行业政策环境分析 31

- 一、《中华人民共和国民办教育促进法》 31
- 二、《认证培训机构管理办法》 32
- 三、天津出台首部地方性农民教育培训法规 33
- 四、《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010—2020年）》 35
- 五、《国家中长期人才发展规划纲要(2010—2020年)》 36
- 六、国务院关于加强职业培训促进就业的意见 37

第二节 2012-2015年中国培训行业经济环境分析 39

- 一、2015年中国GDP增长情况分析 39
- 二、2015年中国工业经济发展形势分析 39
- 三、2015年中国全社会固定资产投资分析 44
- 四、2015年中国社会消费品零售总额分析 45
- 五、2015年中国城乡居民收入与消费分析 48
- 六、2015年中国对外贸易发展形势分析 50

第三节 2012-2015年中国培训行业技术环境分析 51

- 一、数字化教育的革新 51
- 二、个性化教育的革新 52

第四节 2012-2015年中国培训行业社会环境分析 53

- 一、人口环境分析 53
- 二、年龄结构分析 54
- 三、学历结构分析 55
- 四、教育培训环境分析 56
- 五、城镇化和就业竞争分析 57

第三章 2012-2015年中国IT培训市场发展状况分析 60

第一节 2012-2015年IT培训市场发展现状分析 60

- 一、IT培训发展概述 60
- 二、IT培训市场规模统计 61
- 三、IT培训市场发展特点分析 62

四、IT培训市场融资现状分析 63

五、IT培训市场发展潜力分析 64

第二节 2012-2015年IT培训企业业务模式分析 64

一、华育国际：订单+实训 64

二、安博教育：打通产业链 65

三、北大青鸟：特许经营模式 67

四、达内科技：远程教育规模化 68

第三节 IT培训市场未来发展趋势分析 69

一、IT培训从普及走向专业细分 69

二、3G时代推动JAVA培训发展 70

三、IT培训市场发展趋势分析 70

第四章 2012-2015年中国英语培训市场发展状况分析 72

第一节 2012-2015年中国英语培训市场现状分析 72

一、中国英语培训市场的投资主体 72

二、中国英语培训市场发展的特点 73

三、2015年中国英语培训市场规模 74

第二节 2012-2015年中国英语培训市场动态分析 75

一、高端培训机构华尔街英语被培生收购 75

二、赴菲英语培训成留学新宠 75

三、全国公共英语（PETS）等级考试级别定位 77

四、国内英语培训机构注重外教质量 78

五、电话英语培训打造学习新模式 79

第三节 2012-2015年中国少儿英语培训行业市场发展状况 80

一、高校举办少儿英语培训SWOT分析 80

二、中小学少儿英语培训市场发展现状 82

三、2015年中国少儿英语培训市场规模 82

四、高端少儿英语培训市场竞争激烈 83

第四节 2012-2015年中国英语培训大机构对比分析 84

一、经营方式分析 84

二、教学模式的对比 85

三、教学服务各有特色 87

四、市场推广各有奇招 88

五、促销和公关争树形象 88

六、扩张思路的比较 89

第五节 2012-2015年中国英语培训产业发展中存在的问题 90

第五章 2012-2014中国其它教育培训市场发展状况分析 93

第一节 2012-2015年高管培训（EDP）市场 93

一、EDP市场状况 93

二、高管培训市场竞争加剧 94

三、管理培训行业商业模式 96

四、高管培训市场前景可观 98

五、EDP市场发展策略 98

第二节 2012-2015年在线教育培训市场 99

一、在线教育培训主要盈利模式及特点 99

二、在线教育市场规模及投资状况 99

三、在线教育培训市场竞争分析 101

四、在线英语培训市场分析 103

五、在线教育培训将进入发展阶段 103

第三节 2012-2015年少儿教育市场 104

一、少儿教育市场潜力巨大 104

二、少儿教育市场经营模式及投资分析 105

三、婴幼儿教育市场有待规范 108

四、少儿教育市场或将面临洗牌 108

五、婴童教育市场投资机会与前景分析 109

第四节 2012-2015年会计与公务员培训市场 110

一、会计教育培训市场探究 110

二、会计行业网络培训是焦点 111

三、公务员培训市场潜力巨大 112

四、公务员培训市场亟待规范 113

第五节 2012-2015年中小学课外培训和高考复读市场 114

一、中小学课外培训 114

二、高考复读市场 116

第六章 2012-2015年中国培训市场特征及存在问题分析 118

第一节 2012-2015年中国教育培训机构发展特点分析 118

- 一、教育培训市场细分化课程个性化 118
- 二、培训品牌化课程打造品牌综合化 118
- 三、由传统的家族管理向企业化管理转型 119

第二节 2012-2015年中国教育培训市场发展特征分析 120

- 一、中国教育培训发展模式多元化 120
- 二、教育培训市场连锁经营成效明显 120
- 三、教育培训市场将逐步进入微利时代 121
- 四、专业教育机构连锁化和品牌教育项目连锁 122

第三节 2012-2015年教育培训市场存在问题分析及建议 122

- 一、教育培训市场存在的问题分析 122
- 二、教育培训市场发展战略 123
- 三、中国教育培训市场发展建议 125

第七章 2012-2015年中国培训市场竞争情况分析 127

第一节 2012-2015年中国教育培训市场竞争结构分析 127

- 一、潜在进入者分析 128
- 二、行业替代品分析 128
- 三、行业内部竞争分析 128
- 四、供应商竞争力分析 129
- 五、客户谈判能力分析 129

第二节 2012-2015年中国教育培训市场竞争现状 130

- 一、国外公司进军中国教育培训市场 130
- 二、个性化教育培训市场竞争加剧 131
- 三、教育培训市场融资并购趋势化 132

第三节 2012-2015年中国教育培训市场主要领域竞争分析 132

- 一、中国英语培训市场竞争分析 132
- 二、考研热潮激化培训市场竞争 133
- 三、课外辅导培训市场竞争分析 134

第四节 2012-2015年中国教育培训市场竞争策略分析 135

- 一、中国教育培训市场开拓策略 135
- 二、中国教育培训竞争发展战略 136

第六章 2012-2015年中国主要培训机构分析 139

第一节 新东方科技教育集团 139

- 一、企业整体概况 139
- 二、企业经营分析 140
- 三、教学内容分析 142
- 四、市场策略分析 143
- 五、发展战略分析 144
- 六、综合竞争力分析 144

第二节 北大青鸟APTECH 145

- 一、企业整体概况 145
- 二、业务范围分析 146
- 三、教学内容分析 147
- 四、师资力量分析 148
- 五、市场策略分析 148
- 六、综合竞争力分析 149

第三节 环球雅思 151

- 一、企业整体概况 151
- 二、营业规模分析 151
- 三、业务范围分析 152
- 四、教学内容分析 153
- 五、师资力量分析 154
- 六、市场策略分析 154
- 七、综合竞争力分析 155

第四节 达内IT培训集团 155

- 一、企业整体概况 155
- 二、教学内容分析 156
- 三、师资力量分析 157
- 四、发展战略分析 157
- 五、综合竞争力分析 157

第五节 华尔街英语 158

- 一、企业整体概况 158
- 二、营业规模分析 159
- 三、教学内容分析 159
- 四、师资力量分析 160
- 五、市场策略分析 160
- 六、发展战略分析 161
- 七、综合竞争力分析 161

第六节 韦博国际英语 162

- 一、企业整体概况 162
- 二、营业规模分析 163
- 三、教学内容分析 163
- 四、师资力量分析 164
- 五、市场策略分析 164
- 六、企业SWOT分析 165

第七节 戴尔国际英语 166

- 一、企业整体概况 166
- 二、营业规模分析 167
- 三、教学内容分析 167
- 四、发展战略分析 170
- 五、综合竞争力分析 170

第八节 重庆市烛光高考复读学校 171

- 一、企业整体概况 171
- 二、营业规模分析 171
- 三、业务范围分析 171
- 四、师资力量分析 171
- 五、市场策略分析 172
- 六、竞争优势分析 172
- 七、品牌战略分析 173

第九节 交大昂立少儿英语 173

- 一、企业整体概况 173

二、营业规模分析	174
三、市场策略分析	175
四、综合竞争力分析	177
五、发展战略分析	179
第十节 盖伦少儿英语	179
一、企业整体概况	179
二、业务范围分析	180
三、营业规模分析	181
四、市场策略分析	181
五、综合竞争力分析	182
六、企业发展战略	183
第十一节 乐宁教育少儿英语	184
一、企业整体概况	184
二、教学内容分析	184
三、师资力量分析	184
四、综合竞争力分析	185
第十二节 新贝青少儿教育中心	185
一、企业整体概况	185
二、营业规模分析	185
三、教学内容分析	186
四、师资力量分析	187
五、综合竞争力分析	187
第十三节 清华少儿英语	188
一、企业整体概况	188
二、营业规模分析	188
三、业务范围分析	188
四、教学内容分析	189
五、师资力量分析	189
六、发展战略分析	189
七、综合竞争力分析	190
第十四节 沃尔得少儿英语	191
一、企业整体概况	191

- 二、营业规模分析 191
- 三、业务范围分析 192
- 四、教学内容分析 192
- 五、师资力量分析 193
- 六、市场策略分析 194
- 七、发展战略分析 195
- 八、综合竞争力分析 196
- 第十五节 北京巨人学校 196

- 一、企业整体概况 196
- 二、营业规模分析 197
- 三、教学内容分析 197
- 四、师资力量分析 199

第十六节 北京铭师堂教育考试培训学校 199

- 一、企业整体概况 199
- 二、教学内容分析 199
- 三、师资力量分析 202
- 四、发展战略分析 202

第十七节 广州卓越教育培训中心 203

- 一、企业整体概况 203
- 二、营业规模分析 203
- 三、教学内容分析 203

第九章 2016-2022年中国培训行业发展策略与建议 205

第一节 2016-2022年中国教育培训产品策略分析 205

- 一、培训产品的多元化与个性化 205
- 二、远程培训与面授培训相结合 206
- 三、培训项目的综合化 207
- 四、培训体系向咨询培训一体化转变 207
- 五、产品时代向营销时代转型 207

第二节 2016-2022年中国教育培训网络营销策略分析 208

- 一、官方网站 208
- 二、网络搜索引擎 209

三、个人网络媒体	210
四、网络社区	210
五、即时通讯工具	210
六、手机媒体	211
第三节 2016-2022年中国教育培训渠道策略分析	211
一、培训机构之间的横向联合	211
二、与政府培训主管部门的联合	211
三、与国际培训公司的联合	212
四、与高校的联合	212
五、与企业的联合	212
第四节 2016-2022年中国教育培训销售策略分析	213
一、销售策略的个性化	213
二、连锁经营的销售模式	214
三、授课教师的专业化	214
第五节 2016-2022年中国教育培训服务策略分析	214
一、培训客户管理与服务	215
二、质量第一价格第二	215
三、培训需求更加细化	216
四、培训机构强强联手	216
第六节 2016-2022年中国教育培训品牌策略分析	216
一、培训机构品牌化策略	216
二、培训机构品牌族群策略	217
三、品牌营销策略的推广方式	217
四、培训机构品牌营销策略的不足	218
五、培训机构品牌营销策略的启示	219
第七节 2016-2022年中国教育培训国际化战略分析	221

第十章 博思数据对中国培训市场发展趋势与前景预测分析 225

第一节 2016-2022年中国教育培训市场发展趋势分析 225

- 一、教育培训市场品牌化格局将形成 225
- 二、教育培训机构将走向国际大舞台 225
- 三、教育培训市场细分逐渐成为主题 225

第二节 2016-2022年中国教育培训市场前景预测分析 226

一、中国教育培训市场前景分析 226

二、英语培训市场发展前景广阔 226

三、早教市场并购整合将是重头戏 227

第三节 2016-2022年中国教育培训市场规模预测分析 227

第十一章 2016-2022年中国教育培训行业投资机会与建议 229

第一节 2016-2022年中国教育培训行业投资环境分析 229

一、“十三五”时期宏观经济发展形势分析 229

二、“十三五”中国教育改革发展主要任务 231

三、“十三五”中央500亿资金发展学前教育 232

第二节 2016-2022年中国教育培训行业投资机会分析 232

一、中国教育培训领域投资方式 232

二、英语培训市场投资优势与机会 233

三、职业教育培训市场空间巨大 234

四、中小学课外辅导市场大有可为 235

第三节 2016-2022年中国教育培训行业投资风险分析 236

一、产业政策风险 236

二、品牌经营风险 236

三、市场竞争风险 237

四、其他风险分析 237

第四节 2016-2022年中国教育培训投资策略及建议 237

图表目录：

图表 1 教育培训产业链蛛网模型示意 14

图表 2 1978-2015年中国义务教育学校及学生数量统计 18

图表 3 1978-2015年中国学前教育与特殊教育学校及学生数量统计 19

图表 4 1978-2015年中国普通高中学校及学生数量统计 20

图表 5 2015年中国高中阶段教育学校及教师数量统计 22

图表 6 2015年中国高中阶段教育学生数量统计 23

图表 7 1978-2015年中国普通本专科学校及学生数量统计 24

图表 8 2015年中国高等教育学校及教师数量统计 25

图表 9 2015年中国高等教育学生数量统计	25
图表 10 2015年中国非学历教育学生人数数量统计	26
图表 11 2015年中国民办教育机构基本情况	28
图表 12 2009-2015年中国民办高校数量增长趋势图	28
图表 13 2009-2015年中国民办小学数量增长趋势图	29
图表 14 2005-2015年中国民办培训机构数量增长趋势图	29
图表 15 2009-2015年中国民办高校在校人数增长趋势图	29
图表 16 2009-2015年中国民办小学在校人数增长趋势图	30
图表 17 2005-2015年中国民办培训机构在校人数增长趋势图	30
图表 18 2010-2020年中国人力资源开发的主要目标	35
图表 19 2010-2020年中国人才发展主要指标	37
图表 20 2009-2015年中国国内生产总值及增长速度趋势图	39
图表 21 1998-2015年中国规模以上工业企业经济指标统计	42
图表 22 2009-2015年中国全部工业增加值及增长速度趋势图	43
图表 23 2015年中国规模以上工业增加值环比增长趋势图	43
图表 24 2005-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图	44
图表 25 2015年中国固定资产投资（不含农户）环比增长趋势图	45
图表 26 2005-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图	46
图表 27 2015年中国社会消费品零售总额环比增长趋势图	47
图表 28 2009-2015年城镇居民人均可支配收入增长趋势图	49
图表 29 2009-2015年城镇居民人均消费性支出增长趋势图	49
图表 30 2009-2015年农村居民纯收入增长趋势图	50
图表 31 2009-2015年农村居民人均消费性支出增长趋势图	50
图表 32 2009-2015年中国进出口总额增长趋势图	51
图表 33 2015年中国人口数及其构成情况	53
图表 34 2009-2015年中国人口数量变化趋势图	54
图表 35 2009-2015年中国人口密度统计	54
图表 36 2015年中国人口的年龄结构图	55
图表 37 2015年中国人口学历结构图	56
图表 38 2010-2020中国教育事业发展主要目标	57
图表 39 2005-2015年中国城镇化率增长趋势图	58

图表 40 2009-2015年中国就业人数统计 58

图表 41 2009-2015年中国城镇失业人数和失业率统计 59

图表 42 2009-2015年中国IT培训市场规模统计 61

图表 43 2009-2015年中国英语培训市场规模增长趋势图 75

图表 44 高校举办少儿英语培训的SWOT分析 81

图表 45 2009-2015年中国少儿英语培训市场规模增长趋势图 83

图表 46 近年来我国管理培训市场的供给主体 94

图表 47 中国在线教育培训网站竞争力排行情况 102

图表 48 波特五力竞争模型与一般战略的关系 127

图表 49 新东方教育科技集团英语培训项目结构图 139

图表 50 2006-2014财年新东方科技教育集团营业收入变化趋势图 141

图表 51 2006-2014财年新东方科技教育集团营业利润变化趋势图 141

图表 52 2006-2014财年新东方科技教育集团总资产变化趋势图 141

图表 53 2012-2014财年新东方科技教育集团营业收入分部门情况表 142

图表 54 新东方教育科技集团全部课程列表 142

图表 55 新东方发展战略分析 144

图表 56 新东方教育科技集团中国市场竞争优劣势SWOT分析 145

图表 57 北大青鸟APTECH公司业务分布图 147

图表 58 北大青鸟APTECH公司教学内容介绍 147

图表 59 2009-2015年环球雅思集团主要财务指标统计 152

图表 60 2012-2015年环球雅思集团盈利能力分析 152

图表 61 环球雅思培训课程介绍 153

图表 62 加拿大达内IT培训集团培训课程介绍 156

图表 63 华尔街英语独创“多元法”教学介绍 159

图表 64 脑神经科学理论图示 162

图表 65 韦博国际英语不同级别课程介绍 163

图表 66 韦博国际英语不同系列课程介绍 164

图表 67 韦博国际英语SWOT分析 166

图表 68 戴尔国际英语课程介绍 168

图表 69 戴尔国际英语竞争优势分析 170

图表 70 交大昂立少儿英语业务情况 174

图表 71 昂立国际教育集团加盟流程 176

图表 72 昂立国际教育集团中国市场竞争优劣势SWOT分析	178
图表 73 盖伦国际教育中国市场分布图	180
图表 74 盖伦国际教育特色概述	181
图表 75 盖伦国际教育集团中国市场竞争优劣势SWOT分析	183
图表 76 乐宁教育少儿英语市场竞争优劣势SWOT分析	185
图表 77 新贝少儿英语各分校名称	186
图表 78 新贝少儿英语市场竞争优劣势SWOT分析	187
图表 79 清华少儿英语发展战略	190
图表 80 清华少儿英语市场竞争优劣势SWOT分析	191
图表 81 沃尔得少儿英语3—6岁课程内容	192
图表 82 沃尔得少儿英语7—12岁课程内容	193
图表 83 沃尔得国际英语师资力量分析	194
图表 84 沃尔得国际英语加盟策略	194
图表 85 沃尔得国际英语加盟支持	195
图表 86 沃尔得国际英语发展战略	195
图表 87 沃尔得国际英语市场竞争力SWOT分析	196
图表 88 北京铭师堂教育考试培训学校高考复读班型设置	200
图表 89 北京铭师堂教育考试培训学校个性化辅导课程设置情况	200
图表 90 北京铭师堂教育考试培训学校艺术高考课程设置情况（1）	201
图表 91 北京铭师堂教育考试培训学校艺术高考课程设置情况（2）	201
图表 92 广州卓越教育机构课程介绍	204
图表 93 2016-2022年中国英语培训市场规模预测趋势图	227
图表 94 “十三五”时期中国经济社会发展主要指标	230
图表 95 英语培训行业市场投资优势分析	233
图表 96 少儿英语培训行业市场投资机会分析	234

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitawenjiao1511/501285C1IH.html>